

《商学论丛》第二辑

本期主编

余鑫炎

Neiwaimao Yitihua Yu Liutong Xiandaihua

# 内外贸一体化

NEIWAIMAO YITIHUA

# 与流通现代化

YU LIUTONG XIANDAIHUA

《商学论丛》编委会

中国财政经济出版社

《商学论丛》

## 第二辑

本期主编：

余鑫炎

NEIWAIMAO YITIHUA

# 内外贸一体化

# 与流通现代化

《商学论丛》编委会

中国财政经济出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

内外贸一体化与流通现代化/商学论丛编委会主编. —北京:中国财政经济出版社, 2006. 1

(商学论丛)

ISBN 7-5005-8792-9

I. 内... II. 余... III. 商品流通—研究—中国—文集 IV. F724-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 137567 号

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: [cfeph@cfeph.cn](mailto:cfeph@cfeph.cn)

(版权所有 翻印必究)

社址:北京海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码:100036

发行处电话:(010)88190406 财经书店电话:(010)64033436

湖北南财文化发展有限公司 电话:(027)88324370 88320800

华中科技大学印刷厂印刷 各地新华书店经销

787×1092 毫米 16 开 20.50 印张 410 千字

2006 年 2 月第 1 版 2006 年 2 月武汉第 1 次印刷

定价:35.80 元

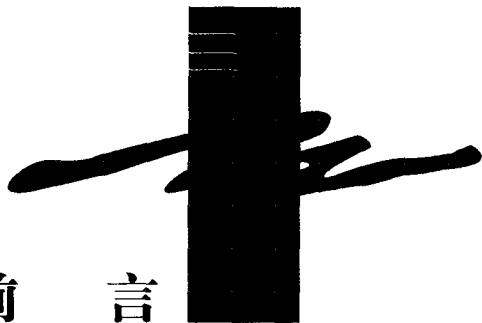
ISBN 7-5005-8792-9/F·7648

(图书出现印装问题,南财文化负责调换)

## 《商学论丛》第二辑编委会成员名单

■ 彭星间 余鑫炎 万后芬 张新国 张建民  
黄汉民 张相文 宁昌会 张光忠

# 前言



经过全系教师的共同努力,《商学论丛》第二辑终于问世了。自《商学论丛》第一辑出版以后,贸易与营销系的有关领导和教师,就开始积极筹备第二辑的撰稿工作。在全系教师的积极支持和参与下,这一工作进展得比较顺利,特别是各位老师在教学之余,认真选题,积极撰稿,为本辑的编辑出版打下了良好的基础,开创了新的天地。

本辑的主题为内外贸一体化与流通现代化。共收稿件 41 篇。根据稿件内容,分为四个部分:一、内外贸一体化与流通现代化,共 12 篇;二、市场营销与管理研究,共 15 篇;三、网络经济与旅游经济,共 9 篇;四、综合性经济问题及教学研究,共 5 篇。所撰论文体现了贸易与营销系各专业教师的研究领域特点,并对前沿问题进行了探索。研究的成果具有自己的特色,并具有新意,开创了新的境界,形成了新的成果。

一、热点问题,新的视角。本辑的一些文章对某些热点问题,从新的视角进行了研究,因而具有了新的意境。例如,从市场经济的开放性的角度来探讨内外贸一体化与现代流通,从人民币升值压力问题入手来研究中国贸易政策的调整,以及关于创新力与控制力的统一研究,循环经济与对外贸易可持续发展研究,对 WTO 与区域贸易协定进行结合性研究,探讨贸易与旅游中的环境安全问题,还有网络营销新范式、跨国公司营销战略、电子商务、渠道关系与渠道模式、服务创新、核心能力、零售现代化与发展趋势、自有品牌等,都从新的视角进行了新的探讨,颇具功力。

二、新的领域,新的探讨。一些作者,特别是青年教师,在选题和研究领域方面敢于大胆创新,在新的领域进行了新的探讨。例如,关于网络营销新范式的研究,关于网络经济的研究,关于绿色消费的研究,关于品牌权益模型的研究等等。这些研究从理论与实践的结合上,对前沿问题进行了开拓性的探索,对推动理论创新具有很好的示范效应。

三、结合实际，结合专业。多数作者根据本人从事专业的特点，联系专业教学特长和实际需要，对一些专业问题和实际问题进行了深入的探讨，取得了很好的效果。例如，关于国际贸易中的新型壁垒问题，出口退税问题，顾客忠诚与网络营销观念变化，管理层收购的模式选择，物流自营问题，旅游与会展经济，本土大型超市企业形象研究，人才培养、学科建设与教学改革、互动式教学法研究等等。内容丰富，涉及面广，呈现出百花齐放的绚丽色彩。

四、古今中外，对比研究。在本辑论丛收录的文章中，还有一些是进行历史与现实、中国与外国的对比研究，开阔了视野，给人以联想和启示。例如，关于美国经济走势对中国经济影响的研究，对中美价值观与生活方式模型的对比研究，对贸易摩擦的历史及其当代内涵进行梳理和探讨等，在研究上均颇有深度。

在贸易与营销系的领导下，本辑论文集的主编为余鑫炎教授，黄漫宇博士协助主编进行编辑工作。由于水平所限，加之经验不足，在编辑工作中难免有不当甚至错讹之处，恳请学界同仁、广大读者和各位作者批评指正，不吝赐教。

中南财经政法大学工商管理学院贸易与营销系

余鑫炎识

2005年10月

# 目 录

## ①① 前 言

### 一、内外贸一体化与流通现代化

- ①② 市场经济的开放性与内外贸一体化 ..... 余鑫炎
- ①② WTO 与区域贸易协定 ..... 张建民
- ①②① 人民币升值压力与我国贸易政策的调整 ..... 黄汉民
- ①②⑧ 循环经济模式下中国对外贸易的可持续发展研究 ..... 张相文 黄进军
- ①③⑤ 试论中国零售业的现代化进程 ..... 叶 敏 万后芬
- ①④② 浅谈我国零售业发展趋势 ..... 倪叠玖 唐 伟
- ①④⑨ 现代流通问题探析 ..... 郭守亭
- ①⑤⑧ 贸易摩擦的历史演进及当代内涵 ..... 钱学锋
- ①⑥⑧ 对外贸易对中国环境的影响 ..... 姜 鸿
- ①⑦⑧ 国际贸易中的新型壁垒 ..... 余乐芬
- ①⑧③ 中国的出口退税 ..... 曹 亮
- ①⑧⑨ 发展我国自有品牌, 推动商贸现代化 ..... 沈 铖 李 罡

### 二、市场营销与管理研究

- ①⑨⑧ 创新力与控制力的统一是现代企业管理中一个全新的思路 ..... 彭星间
- ①①④ 跨国公司营销战略选择——标准化还是本土化? ..... 张新国 杨君茹
- ①①① 顾客忠诚与网络营销观念的进化 ..... 陈志浩
- ①②① 渠道关系之重——构建新型厂商关系 ..... 欧阳卓飞

|     |                                       |         |
|-----|---------------------------------------|---------|
| ①25 | 网络时代零售企业的双重渠道模式选择 .....               | 汤定娜     |
| ①31 | 浅议零售业的品牌战略 .....                      | 丁桂兰     |
| ①39 | Keller 的品牌权益模型述评 .....                | 宁昌会     |
| ①47 | 中美 VALS 模型比较研究 .....                  | 应 斌     |
| ①54 | 电子商务下配送中心的业务流程重组及模式分析 .....           | 叶汉迟     |
| ①64 | 电子商务环境下企业营销新模式——网络营销 .....            | 彭 红     |
| ①70 | 我国公司管理层收购 (MBO) 的模式选择 .....           | 刘德光     |
| ①83 | 服务创新的价值贡献分析与创新方向选择 .....              | 舒伯阳 余日季 |
| ①92 | 从核心能力理论看物流自营 .....                    | 刘培松     |
| ①96 | 浅析本土大型超市企业形象的构建 .....                 | 刘新燕     |
| ②03 | 用谈判的手段来调整现代市场交换关系——兼论商务谈判学的研究框架 ..... | 张华容     |

### 三、网络经济与旅游经济

|     |                             |         |
|-----|-----------------------------|---------|
| ②10 | 网络营销中 4P's 组合因素的新范式研究 ..... | 杨君茹 张新国 |
| ②19 | 网络经济对传统经济的冲击 .....          | 张伟年     |
| ②26 | 国内网络游戏市场发展综述 .....          | 毛志山     |
| ②34 | 会展旅游的形成与发展研究 .....          | 邓爱民     |
| ②40 | 试论特许经营在旅行社业中的运用 .....       | 宋伟良     |
| ②45 | 我国旅行社业人力资源问题分析 .....        | 丁 枢     |
| ②53 | 析旅游贸易中的环境安全问题 .....         | 李莺莉     |
| ②61 | 我国旅游电子商务的发展现状和对策研究 .....    | 唐 静 许杭军 |
| ②69 | 关于晴川阁景区旅游形象定位的思考 .....      | 邹 蓉     |

### 四、综合性经济问题及教学研究

|     |                                             |         |
|-----|---------------------------------------------|---------|
| ②76 | 论绿色消费 .....                                 | 马瑞婧     |
| ②86 | 浅析美国经济走势对中国经济的影响 .....                      | 谭 智     |
| ②96 | 如何培养适应内外贸一体化需要的人才<br>——国际经济与贸易专业教学的思考 ..... | 丁梅生 白 荣 |
| ③03 | 深化实验教学改革, 培养学生实践能力 .....                    | 张明乐     |
| ③08 | 互动式教学法在商务管理类课程教学中的应用研究 .....                | 彭虎锋 黄漫宇 |

# Contents

## Part One: Issues on Integration of Internal & International Trade and Modernization of Commerce

|                                                                                                         |                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|
| Opening of Market Economy and Integration of Internal<br>& International Trade .....                    | Xinyan Yu /002                    |
| WTO and RTAs .....                                                                                      | Jianmin Zhang /012                |
| The Pressure of RMB Appreciation and the Adjustment<br>of China's Trade Policy .....                    | Hanmin Huang /021                 |
| Research on the Sustainable Development of China's Foreign<br>Trade in the Recycling Economy Mode ..... | Xiangwen Zhang, Jinjun Huang /028 |
| Research on the Modernization Process of China's<br>Retail Industry .....                               | Min Ye, Houfen Wan /035           |
| Research on the Development Trend of China's Retail Industry .....                                      | Diejiu Ni, Wei Tang /042          |
| An Analysis of Modern Commerce .....                                                                    | Shouting Guo /049                 |
| The Historical Evolution and Contemporary Implication<br>of Trade Disputes .....                        | Xuefeng Qian /058                 |
| The Effect of Foreign Trade on China's Environment .....                                                | Hong Jiang /068                   |
| New Barriers in International Trade .....                                                               | Lefen Yu /078                     |
| Export Refund in China .....                                                                            | Liang Cao /083                    |

Developing the Private-brand of China and Promoting

the Modernization of Commerce ..... Cheng Shen, Gang Li /089

**Part Two: Research on Marketing and Management**

Unification of Innovative Force and Control Force is a New Concept

for Modern Enterprises' Management ..... Xinglv Peng /098

Strategies-choosing in Multinational Companies

--Standardization or Localization? ..... Xinguo Zhang, Junru Yang /104

Customer Loyalty and E-marketing Idea Evolution ..... Zhihao Chen /111

Focus of Channel Relationship--Building New Type Relationship between

Manufacturers and Merchants ..... Zhuofei Ouyang /120

Retail Firms' Choice of Double Channel Mode in Cyber Era ..... Dingna Tang /125

Research on Brand Strategies of Retail Firms ..... Guilan Ding /131

Review of Keller's Brand Rights Model ..... Changhui Ning /139

Comparative Study on Sino-American VALS Models ..... Bin Ying /147

Business Re-structuring and Mode Analysis of Logistics Center

in E-commerce ..... Hanchi Ye /154

Cyber-marketing--New Marketing Mode in E-commerce ..... Hong Peng /164

Mode-choosing of MBO ..... Deguang Liu /170

An Analysis of Value Contribution and Direction-choosing of

Service Innovation ..... Boyang Shu, Riji Yu /183

Research on Self-conducted Logistics from Core-competence Theory ..... Peisong Liu /192

An Analysis of Image Building of Native Large-scale Supermarket ..... Xinyan Liu /196

Adjusting the Market Exchange Relationship by the Means of Negotiations

--Research on the Study Framework of Business Negotiations ..... Huarong Zhang /203

**Part Three: Cyber Economy and Tourism Economy**

Research on the New Mode of 4P's in Cyber Marketing ..... Junru Yang, Xinguo Zhang /210

The Impact of Net Economy on Traditional Economy ..... Weinian Zhang /219

Research on the Development of Domestic On-line Game Market ..... Zhishan Mao /226

Research on the Establishment and Development of MICE ..... Aimin Deng /234

The Application of Franchise in Travel Agency ..... Weiliang Song /240

An Analysis of Human Resource in China's Travel Agency ..... Shu Ding /245

An Analysis of the Environmental Safety in Tourism Trade ..... Yingli Li /253

A Study on the Situations and Countermeasures in the Development

of China's Tourism E-commerce ..... Jing Tang, Hangjun Xu /261

Thoughts of Image Definition of Qingchuange Pavilion ..... Rong Zou /269

**Part Four: Comprehensive Economic Issues and Teaching Research**

Research on Green Consumption ..... Ruijing Ma /276

An Analysis of Influence of USA's Economic Trend on China's Economy ..... Zhi Tan /286

How to Train Talents Suited to the Integration of Internal and International Trade--Thoughts  
on International Economy & Trade Teaching ..... Meisheng Ding, Rong Bai /296

Further Reforming the Experimental Teaching and Cultivating  
Students' Practical Ability ..... Mingle Zhang /303

Research on the Practice of Interactive Teaching Pattern  
in Business Management Courses ..... Hufeng Peng, Manyu Huang /308

商学论丛·第二辑

# 1

## 内外贸一体化与流通现代化

市场经济的开放性与内外贸一体化

WTO 与区域贸易协定

人民币升值压力与我国贸易政策的调整

循环经济模式下中国对外贸易的可持续发展研究

试论中国零售业的现代化进程

浅谈我国零售业发展趋势

现代流通问题探析

贸易摩擦的历史演进及当代内涵

对外贸易对中国环境的影响

国际贸易中的新型壁垒

中国的出口退税

发展我国自有品牌，推动商贸现代化

余鑫炎

张建民

黄汉民

张相文 黄进军

叶 敏 万后芬

倪叠玖 唐 伟

郭守亭

钱学锋

姜 鸿

余乐芬

曹 亮

沈 铖 李 罡

# 市场经济的开放性与 内外贸一体化

余鑫炎

中南财经政法大学教授、博士生导师

**内容摘要：**市场经济的开放性来源于商品交换的开放性。开放性是商品交换的本质特征，也是市场经济的本质特征。市场经济的开放性，要求内外贸一体化。内外贸分割是不符合市场经济要求的。内外贸一体化主要包括：内外贸理念一体化、内外贸体制一体化、内外贸经营一体化、内外贸管理一体化。要认清内外贸之间的联系和区别。推进内外贸一体化要处理好几个关系：对外开放与对内开放的关系、“引进来”与“走出去”的关系、尊重国际规则与保护自己的关系、开放与法制的关系、内贸与外贸的关系，以促进内外贸协调发展。

**关键词：**市场经济开放性 内外贸一体化 内外贸协调发展

市场经济起源于交换，其核心内容和基本形态是商品交换。市场经济实质上是交换经济，其典型形态和基本形态是商业经济、贸易经济。凡是在实行市场经济制度的一切领域、一切方面、一切地区，都毫无例外地要按照商品交换的内在规律和客观要求运行，要按照商业法则或贸易法则行事，要遵循商业或贸易的规律。

市场经济有许多特征，例如契约性、等价性、竞争性、公平性等，但最重要的特征是它的开放性。市场经济的开放性来源于商品交换的开放性和交换经济的开放性。

## 一、商品交换的开放性是市场经济开放性的内核

商品交换是交换经济的核心要素，也是市场经济的核心要素。开放性是商品交换的本质特征。开放度的大小与层次是衡量商品交换广度和深度的重要尺度。

商品交换经济与自给自足的自然经济有着本质的差异，即开放性与封闭性的不同。自然经济是一种封闭性的经济，商品交换经济即商品经济（市场经济）则是一

种开放性的经济。自商品交换出现以来,人类社会已不存在绝对的、完全的自然经济。其典型形态是中国长达 3000 年左右的封建社会中,在封建地主经济统治下的小农业与家庭手工业相结合的自然经济。欧洲中世纪时期的封建庄园经济和小农经济也是以自给自足的自然经济为主的经济。在中国封建社会和欧洲中世纪社会里,虽然也存在商品交换且商品交换也在发展,但总体来说,自给自足的自然经济占据着主导和统治地位;不发达的商品交换所形成的小商品经济只是处于从属和附庸地位。人与人之间、家庭与家庭之间、地区与地区之间、国家与国家之间很少有经济交往,“邻国相望,鸡犬之声相闻,老死不相往来”,正是这种封建性的自然经济的写照。

商品交换的逐渐发展,不断地冲击着自然经济的堤坝,侵蚀着自然经济的领地。但是,这种冲击的力度和侵蚀的进程一直是微小而缓慢的,不能从根本上动摇自然经济的基础,古代的东方,尤其是中国和印度就是很典型的例证。马克思曾对此作了深刻的分析。他说:“资本主义以前的、民族的生产方式具有的内部的坚固性的结构,对于商品的解体作用造成了多大的障碍,这从英国人同印度和中国的通商上可以明显地看出来。在印度和中国,小农业和家庭工业的统一形成了生产方式的广阔基础。”<sup>①</sup>就中国来说,这种在封建领主、地主统治下的小农业和家庭手工业紧密结合的经济结构,存在了 3000 多年。虽然在这 3000 多年时间里,中国社会的商品交换、商业经济也有了很大的发展,并时而呈现出相当的繁荣景象,但总的来说,它并没有从根本上冲垮封建经济结构的基础,自给自足的自然经济始终占据着主导和统治地位,商品交换和商业始终处于从属和附庸地位。

但是,只要有商品交换和商业,就必然有开放。开放度的大小和规模随商品交换的广度和深度而变化。个人之间的交换就有个人与个人之间的开放,地区之内的交换就有地区内的开放,地区间的交换就有地区间的开放,国与国之间的交换就有国与国之间的开放。开放的程度还因经济的、政治的、制度的、政策的、体制的多种原因而受到不同程度的限制。例如中国在汉、唐、两宋时期,对外开放就相对大一些,尤其是南宋时期,当时政策鼓励海外贸易,所以开放度就比较大。但明清时期,由于实行了对内的抑商政策和对外的闭关政策,给正在发展中的商品交换和商品经济以极大的限制和束缚,阻碍了国内地区之间的交流和对外贸易的发展,即使是在所谓的“康乾盛世”也未能幸免。康熙时期曾多次颁布禁海令,对外国采取“非系贡期,概不准贸易”<sup>②</sup>的态度。乾隆皇帝更是以“天朝物产丰盈,无所不有,原不藉外夷货物,以通有无”<sup>③</sup>的言词,在拒绝英国使臣马尔夏尼某些无理要求的

<sup>①</sup>马克思:《资本论》(第3卷),人民出版社,1975.6:372—373

<sup>②</sup>清·圣祖实录(卷二十五)

<sup>③</sup>熙朝纪政(卷六),纪英夷入贡

同时,也拒绝了正常的国与国之间的贸易要求。它反映了封建社会的自然经济基础对海外贸易的需求并不迫切甚至漠然的态度。

不幸的是,在近代历史上,商品交换的突破性进展和国与国之间的开放,往往是以暴政和武力侵略开道的。英国资本主义的兴起是以残酷剥夺农民的“圈地运动”等为标志的,这些现象使商品经济有了突破性的发展。中国的大门则是被资本主义列强用炮舰轰开并签订不平等条约逼使清政府被迫对外开放的。亚、非、拉许多发展中国家也是在资本主义列强在几个世纪时间里采用野蛮掠夺的行径变这些国家为殖民地、半殖民地、附属国而迫使它们对外开放的。在这种情况下,发达资本主义国家与落后的殖民地、半殖民地、附属国之间的贸易就带有严重的不平等交换的性质,在国际贸易中存在着强势国家剥削弱势国家的现象。

20世纪中叶以来,在全世界范围内风起云涌地开展了民族解放运动,许多过去的殖民地、半殖民地和附属国纷纷摆脱殖民枷锁和附属地位,获得了民族独立。尤其是饱经内忧外患的中国,经过抗日战争和人民解放战争,建立了中华人民共和国,不仅实现了民族解放、国家独立,而且走上了社会主义道路。特别是20世纪70年代末开始的改革开放,使中国进一步走上了具有中国特色的社会主义康庄大道,大大改变了世界力量的对比。经过中国和一大批新兴独立国家的不懈努力和斗争,不等价交换的国际贸易格局正在逐步改变,虽然它还将延续一个相当长的时期,但前途是光明的。根本的途径在于,发展中国家不但要取得民族解放和政治独立,而且要大力发展经济,实现经济独立和发展。在经济上逐步强大起来,才能在国际贸易中争得平等的地位。

可见,市场经济和商品交换的开放性,只有在独立主权、强大实力和经济发展的背景下,才能逐步实现公平性和等价交换的要求,发展中国家在这个艰巨的征程中还有很长的路要走。

## 二、市场经济的开放性要求内外贸一体化

市场经济开放性的实质内容和核心要素表现为商品交换的开放性,按照商品交换本身的特性,它是没有边界的。商品交换的开放性必然要冲破地域和国家的限制,在一切可以进行交换的地方展开商品交换活动。早在远古时代,就有海外贸易;国家出现之后,就有国与国之间的贸易。国内贸易与国际贸易是相通的。因此,市场经济的开放性必然要求内外贸一体化,也就是说,要把内外贸联系起来、统一起来,而不应该把内贸和外贸人为地隔开。市场经济的本性要求自由贸易,要求内外贸一体化。近几百年来,以资本主义发达国家为代表的资本主义市场经济就通过各种手段,包括经济的、政治的、外交的,甚至武力的种种手段推行贸易自由化,打通国内外市场,让商品交换和贸易从国内走向国外。一些被迫打开市场的殖

民地、半殖民地和附属国也不得不把本国市场融入整个世界市场，成为自由贸易的一个组成部分。当然，后者往往是在不平等条件下被迫进行的自由贸易，例如半封建半殖民地的旧中国的内外贸易就是资本主义列强通过不平等条约打开中国市场而实施的不平等的自由贸易。这种开放、这种内外贸一体化是受资本主义列强控制和操纵的被迫的开放和内外贸一体化，对资本主义列强有利而对中国不利。

中华人民共和国成立前夕，中国共产党确定了对外开放的指导方针。毛泽东于1949年6月宣布：“中国人民愿意同世界各国人民实行友好合作，恢复和发展国际间的通商事业，以利发展生产的繁荣经济。”<sup>①</sup>同年9月，《中国人民政治协商会议共同纲领》宣布，中华人民共和国可在平等互利的基础上，与各国的政府和人民发展通商和贸易关系。

中华人民共和国成立以后，中国人民推翻了三座大山，走上了独立自主的发展道路。新中国成立以后的最初几年，我们是实行开放政策的，内外贸是一体化的。当时的中央人民政府设立了统一管理国内贸易和对外贸易的贸易部，主张在平等互利的基础上与世界上一切国家发展商业贸易关系。可是随后不久，就实行了内外贸分开的政策，在机构设置上，内外贸分设，原来统管内外贸的贸易部，分为对外贸易部和商业部。前者管理对外贸易，后者管理国内贸易。此后虽然名称有诸多变化（例如对外贸易部改称为对外经济贸易部，商业部又分出粮食部、农产品产购部、城市服务部、供销社，以及改称为国内贸易局等，其间有相当长一段时间，国内贸易由商业部、粮食部、供销社三家共同运营，简称“商粮供”），但内外贸机构分设的局面一直未变。直到2003年3月又重新设立统管内外贸的商务部为止，内外贸分设的局面长达50多年。与此同时，外贸的经营活动也由贸易自由迅速转为国家管制，外贸经营主体也由多种成份共同参与转变为国营外贸企业独家垄断。造成这种局面的原因非常复杂，在当时来说有其不得不实行国家垄断的原因。就其主要方面来说：一是新中国成立之初，以美国为首的西方发达国家仇视新中国，对中国采取封锁禁运的政策，想把新中国扼杀在摇篮里。因此，新中国别无选择，只有一边倒，倒向以苏联为首的社会主义阵营，实行国家垄断以维护国家的利益。二是中国效法当时的苏联，而前苏联则是一直实行对外贸易国家管制的。三是从20世纪50年代初起，就实行计划经济体制，这种体制从制度上把对外贸易和国内贸易严格分开，实行严格的区别对待和分头管理。四是在20世纪50年代中期的对私改造中，把私营进出口商完全取消了，民间对外贸易之门彻底关闭，由国营对外贸易机构垄断一切对外贸易活动。其中影响最深远的是严格的计划经济体制。这是由于当时在理论上、认识上一个很大的误区，即把计划经济等同于社会主义制度。而要实行计划经济就必须改造私营经济，实行社会主义公有化，国家计划经济必须建立在公有

<sup>①</sup>毛泽东选集（合订本）：1355

制的基础上。而对外贸易更特殊,它又必须建立在完全国有制的基础上,因此对外贸易由国营外贸机构独家垄断就成为了惟一的选择。

中国共产党十一届三中全会以后,实行了改革开放政策。27年来,我国不断深化改革,不断扩大对外开放,并逐步实行了社会主义市场经济体制,取得了举世瞩目的伟大成就。GDP以年均9%左右的递增率快速增长,成为世界上经济发展最快的国家之一。社会主义市场经济的发展,推动了内外开放,内外贸一体化的进程也在逐步启动,国内贸易和对外贸易都有了突飞猛进的发展。2004年,从国内贸易看,全社会消费品零售总额达到53950亿元,比上年增长13.3%,扣除物价上涨因素,实际增长10.2%<sup>①</sup>;从对外贸易看,2004年全年进出口总额达11548亿美元,比上年增长35.7%(其中,出口5934亿美元,增长35.4%;进口5614亿美元,增长36%)<sup>②</sup>。内外贸增长速度均高于GDP增长速度,尤其是对外贸易进出口总额的增长速度大大高于GDP的增长速度,这说明中国对外开放的步伐很快。那么,我们的对外开放是不是已经够了呢?还不够。邓小平在1983年7月对几位负责同志讲话时说:“要扩大对外开放,现在开放得还不够”<sup>③</sup>,”这是一个战略问题”<sup>④</sup>。20多年过去了,我们对外开放已取得了很大的成绩,但是邓小平制定的对外开放战略并没有过时,而是仍然有效,我们要把扩大对外开放这一伟大战略作为我们的基本国策坚持下去。在社会主义市场经济进一步发展、对外开放进一步扩大的过程中,我国内外贸一体化的步伐将会进一步加快,并呈现出新的局面。

### 三、内外贸一体化的基本内容

市场经济的开放性要求内外贸一体化。那么,内外贸一体化包括哪些内容呢?是不是成立了商务部就算完成了内外贸一体化呢?看来不是。从市场经济自身的要求来看,内外贸一体化涉及的内容很多,我们离真正实现内外贸一体化的目标还有很大的距离。要达到这一目标还有许多工作要做,任重而道远。

要实现内外贸一体化,至少有如下几个方面的内容值得我们重视。

第一,内外贸理念一体化。中国已经实行了社会主义市场经济体制,而市场经济在本质上是一种开放经济,市场经济的内核是商品交换或贸易,它本身也是开放的。因此,要真正解决内外贸一体化问题,首先应从观念和理念上破除内外贸分割的根深蒂固的传统观念,树立在市场经济开放体制下内外贸互相联系、互相沟通、

<sup>①</sup>国家统计局.中国2004年国民经济和社会发展统计公报.经济日报2005—03—01(2)

<sup>②</sup>国家统计局.中国2004年国民经济和社会发展统计公报.经济日报2005—03—01(2)

<sup>③</sup>邓小平文选(第3卷):32

<sup>④</sup>邓小平文选(第3卷):32